

## Trabajo Fin de Máster

POSIBILIDADES DE LA FLIPPED CLASSROOM EN  
LA ENSEÑANZA DE ECONOMIA DE LA EMPRESA:  
UN ESTUDIO EXPERIMENTAL

POSSIBILITIES OF THE FLIPPED CLASSROOM IN  
THE TEACHING OF BUSINESS ECONOMICS: AN  
EXPERIMENTAL STUDY

Diego Campos Bernal

Director

Jesús Valero

FACULTAD DE EDUCACIÓN

Año 2019

## RESUMEN

La metodología implantada en los libros de texto, la gran desmotivación observada en los alumnos y las diferentes actitudes de los profesionales del campo educativo como hilo conductor, han influenciado en el desarrollo de este estudio, mediante la comparativa de dos metodologías distintas: la metodología tradicional (o P-P-P) y la novedosa Flipped Classroom (o FC). El resultado del estudio ha dado lugar a la propuesta de unas sesiones para la materia de Economía de la Empresa en una clase real de Bachillerato. Unas seguirán la metodología a impartir por el libro de texto siguiendo el proceso de Presentación, Práctica y Producción; y las otras estarán desarrolladas en torno a la Flipped Classroom. Estos dos métodos serán analizados a través de dos herramientas de evaluación, las cuales ayudarán a extraer los posibles efectos positivos y negativos de ambas metodologías en el proceso de aprendizaje del alumnado.

**Palabras clave:** Presentación, Práctica y Producción; Modelo P-P-P; Flipped Classroom; FC; metodología tradicional; herramientas de evaluación; clase invertida.

## ABSTRACT

The current methodology implemented in student's coursebooks, the high degree of demotivation observed on learners and the different attitudes provided by professionals in the field of education as a guiding thread, have influenced to some extent to the development of this empirical study, throughout the comparison of two different methodologies: traditional methodology (or P-P-P) and Flipped Classroom (or FC). The research output will consist in the proposal of some lesson plans based on the subject of Enterprise's Economy within a real classroom of Advanced Levels. Ones will be devoted to students' coursebook methodology, which follows the PPP model; and the other ones will be devoted to following the Fipped Classroom method. These methods will be analysed through two evaluation tools, which will help to extract the possible positive and negative effects of both methodologies in students' learning process.

**Key words:** P-P-P model; Presentation, Practice and Production; traditional methodology; Flipped Classroom, FC; inversed classroom; evaluation tools.

## INDICE

1. Introducción.....	1
2. Marco teórico.....	2
2.1 El modelo P-P-P o Clase Magistral.....	2
2.2 El modelo de Flipped Classroom.....	4
3. Estudio Empírico.....	6
3.1 Marco Curricular.....	6
3.2. Orientaciones Didácticas.....	8
3.3 Participantes y Contexto.....	10
3.4 Materiales.....	10
3.5 Metodologías docentes aplicadas.....	11
4. Resultados.....	12
4.1 Checklist.....	13
4.2 Encuesta de opinión.....	15
4.3 Entrevista al tutor.....	17
5. Conclusiones.....	19
6. Bibliografía.....	21
6.1 Leyes Reguladoras.....	22
7. Anexos.....	23
Anexo 1: Cuestionario Kahoot.....	23
Anexo 2: Plataforma Edmodo.....	23
Anexo 3: Encuesta de Opinión.....	24
Anexo 4: Check List:.....	25
Anexo 5: Taxonomía de Bloom:.....	26
Anexo 6: Enlaces y contenidos de Youtube.....	27

## 1. INTRODUCCIÓN

En las aulas de hoy en día es muy destacable observar la gran desmotivación que encuentran los alumnos ante la metodología tan monótona y rutinaria tradicionalmente implantada por algunos libros de texto. Como consecuencia, han emergido diferentes actitudes de los profesionales del campo educativo, investigando la manera de encontrar una metodología en la que los alumnos no se sientan atrapados en esa monotonía. Como fruto de esos esfuerzos, las diferentes metodologías emergidas están relacionadas con el aprendizaje por proyectos o tareas, el e-learning o el aprendizaje cooperativo, entre otros.

Este estudio hace referencia a la comparativa de dos metodologías docentes que existen hoy en día alrededor de todo el mundo y como pueden afectar al aprendizaje de los alumnos. Estas metodologías son la Tradicional y la Flipped Classroom (FC de aquí en adelante). Estamos en una época en la que las tecnologías forman parte de nuestro día a día, incluyendo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Mediante distintos periodos de observación y puesta en práctica así como de distintos contextos y niveles experimentados en el centro I.E.S. Pedro de Luna de Zaragoza, se ha podido observar cómo los estudiantes se sienten desmotivados y poco atraídos por la materia cuando se les imparte una clase totalmente magistral. Además, el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación no es muy frecuente en el día a día de este centro.

Este ensayo muestra una de las novedosas y cada vez más comunes metodologías estudiadas en estos últimos años para impartir clase. Como ya se ha mencionado anteriormente, teniendo en cuenta la implantación de la metodología de los libros de texto y las diferentes actitudes y aptitudes de los profesionales de este campo como hilo conductor, se pretende demostrar también los posibles puntos fuertes de esta novedosa metodología FC. Para llevar a cabo este estudio empírico, se utilizarán algunas de las sesiones implementadas en la última etapa del Practicum del Máster en Profesorado. Esta comparativa evaluará la efectividad de dos modelos potenciales: por un lado, la metodología tradicional siguiendo las directrices del libro de texto, la cual consiste en el modelo Presentación, Práctica y Producción (modelo P-P-P de aquí en adelante); y por otro lado, mi propuesta de mejora a favor de la FC como medio para promover la enseñanza de una manera diferente y más motivadora. Estos dos métodos serán evaluados mediante la autoevaluación de las sesiones impartidas por los

profesores y, una encuesta de opinión final realizada por los alumnos al concluir este ensayo que mostrará sus reacciones sobre ambas metodologías.

A continuación, se establecerá un marco teórico de las dos metodologías a comparar. Seguidamente, las directrices curriculares por las que la totalidad del estudio se enmarca, siguen los principios del Currículo Aragonés de la LOMCE (*Orden del 26 de Mayo*). Y por último, se proporcionará una explicación detallada de la metodología impartida para el desarrollo del estudio, incluyendo el contexto específico y los participantes del mismo; los materiales utilizados en el estudio, así como el libro del alumnado, las sesiones de FC y las herramientas de evaluación para medir la efectividad de las sesiones; y finalmente, la actuación total del proceso como estudio. Después de llevar un análisis de las implementaciones, a través de una “check-list” cumplimentada al final de cada sesión y una encuesta de opinión acerca de las actitudes de los estudiantes relacionando las dos metodologías tratadas, se extraerán los posibles efectos positivos y negativos de la propuesta así como su efectividad en el proceso de aprendizaje de los estudiantes.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 EL MODELO P-P-P O CLASE MAGISTRAL**

Este modelo tradicional es llevado a cabo de manera deductiva y siempre con el apoyo de un soporte físico ya sea un libro de texto o bien unos apuntes de los que apoyarse y guiarse. La principal característica de esta metodología es el protagonismo del docente, ya que es éste quién habla y explica mientras el alumnado presta atención y habitualmente aprende escuchando. De acuerdo con Bligh (2000), una clase magistral consiste en “la exposición más o menos continua de un orador con el objetivo que el público aprenda algo.”

Actualmente esta metodología se sigue llevando a cabo en muchos centros por diversas razones, aunque entre las principales se encuentran la escasa formación o familiarización de muchos profesores con otro tipo de metodologías, el insuficiente conocimiento del proceso de aprendizaje de los estudiantes o simplemente la falta de confianza de muchos docentes para lanzarse hacia otros métodos más novedosos, por ello algunos profesores prefieren la tradición oral y los soportes físicos como los libros o fotocopias, ya que al tener el interés de los oyentes refuerzan su rol de experto y superioridad sin dar importancia a los procesos de aprendizaje (Bates, 1985).

De acuerdo con Criado (2013), esta metodología tradicional tiende a seguir tres etapas:

- La etapa de Presentación que pretende dar a conocer al alumno el nuevo contenido de manera deductiva.
- La de Práctica comprende una serie de ejercicios prácticos con los que el estudiante ensaya la parte anteriormente presentada.
- En la última etapa de Producción, el objetivo es que el alumno sea capaz de demostrar lo aprendido en las dos fases anteriores de una manera autónoma a través de “el producto”, es decir, el resultado de todo el aprendizaje.

También podemos encontrar numerosas ventajas y desventajas en el uso de esta metodología tradicional. Como puntos positivos podemos encontrar el ahorro de muchos recursos materiales, debido a que no es habitual el uso de herramientas tecnológicas y el número de alumnos puede ser mayor a la hora de impartir una sesión. Además, a los alumnos, en general, les resulta más fácil memorizar cuando escuchan la información que cuando la leen. Esta metodología es muy apropiada para simplificar un conjunto de materiales o información de diversas fuentes y transmitir esas ideas generales al alumno. Además, es idónea para introducir los contenidos más importantes y a partir de ahí sea el alumno quién investigue por su cuenta propia, de ahí que lleven un enfoque de aprendizaje inductivo.

Por otro lado, se distinguen como desventajas que, el uso excesivo de esta metodología puede generar monotonía y distracción en el alumnado, desfavoreciendo así el aprendizaje ya que es el profesor quien transmite la información verbalmente mientras que el alumno se mantiene pasivo y escuchando. Se trata de una comunicación unidireccional que conlleva a la memorización. Hay estudios que muestran que los estudiantes retienen como máximo un 20% aproximadamente de la información que reciben en una clase tradicional (Dale, 1969). También genera una fuerte dependencia del docente, ya que el alumno se acostumbra a que le expliquen el temario. Es poco útil para provocar cambios en las conductas de los alumnos debido a que se trata de una metodología más distante y en la que conocer al alumno conlleva un periodo más largo de tiempo. Este tipo de metodología no es la mejor para cambiar el proceso de aprendizaje en un alumno, ya que es fácil que prevalezca la perspectiva del docente y además no hay un *feedback* instantáneo.

## 2.2 EL MODELO DE LA FLIPPED CLASSROOM

Dos de los pioneros más reconocidos en llevar a cabo esta novedosa y actual metodología de enseñanza, son los profesores norteamericanos John Bergmann y Aaron Sams. Los inicios de la metodología Flipped Classroom inciden en el instituto norteamericano de Clintondale (Michigan), y gracias a su buen desarrollo y resultado en el proceso de enseñanza-aprendizaje, hoy en día se ha convertido en un modelo de enseñanza potencial que se imparte alrededor de todo el mundo, tanto en ciclos formativos, como en la enseñanza obligatoria (Bergmann y Sams, 2012). En su trabajo “Flip your classroom” (2012), ambos autores manifiestan que sus 37 años de experiencia como docentes, les hizo determinar que todo aquel contenido expuesto en clase no se procesaba adecuadamente en información útil por parte del alumnado para la realización de sus deberes. Por tanto, decidieron hacer un experimento para comprobar el grado de atención con una metodología inversa, mediante la grabación de sus clases y que los estudiantes las vieran como tarea para casa. Luego utilizarían la totalidad de la clase para ayudar a aquellos estudiantes con las dificultades que surjan en cuanto al contenido visualizado previamente.

Más concretamente, en España, Campión (2014), profesor de la *Universidad de La Rioja* y miembro del proyecto *The Flipped Classroom*, opina que “ya no hace falta que el profesor ‘explique’ todos los contenidos a todos los alumnos cada día siguiendo un orden establecido, sino que es mejor que el alumno pase a ser el protagonista en la producción y elección de contenidos”. Además, afirma que la mayoría de procesos (Presentación y Práctica) que tradicionalmente se hacen en el aula, se hagan en casa en forma de mini-tareas motivantes que permitan que el alumno vaya a clase capacitado para hacer cosas verdaderamente significativas (Fase de Producción), suponiendo de este modo un aprovechamiento total del tiempo en el aula.” De su traducción del inglés, la metodología FC también es conocida como “aula invertida”, haciendo referencia a un modelo pedagógico que lleva a cabo fuera del aula, determinados procesos de aprendizaje, como la presentación de los contenidos o la elaboración de diferentes tareas (Tourón et. al, 2014). El resto de procesos se utilizan en el tiempo de clase para estimular y promover la adquisición y práctica de conocimientos.

Sin embargo, el término “flipear” una clase va más allá de la barreras de editar y distribuir un video, pues se trata de combinar una instrucción directa junto con métodos constructivistas, con el fin de mejorar la implicación de los estudiantes con el contenido

del curso y mejorar su comprensión conceptual. Se trata de un enfoque integral que con un resultado positivo apoya todas las fases de un ciclo de aprendizaje, como es la Taxonomía de Bloom (Tourón, et. Al, 2014) (Ver anexo 5).

Por tanto, lo que sería la fase de Presentación del tradicional modelo P-P-P se daría lugar en una nube o plataforma virtual donde los alumnos encontrarán todo el material necesario para adquirir conocimientos teóricos sobre el contenido en cuestión, como por ejemplo, documentos teóricos, clases grabadas, vídeos de carácter expositivo, noticias, tareas con los que se da introducción al temario, o enlaces a páginas web con la teoría pertinente.

El alumno, que ya ha recibido la instrucción previa por parte del profesor sobre cómo acceder a ese soporte digital y teórico, se prepara desde su casa la tarea o materia a tratar en la siguiente sesión. Por lo tanto, una vez en clase, los alumnos pasarían directamente a la fase de Práctica, debido a que previamente han desarrollado la fase de Presentación desde casa a través de esa plataforma virtual. En este caso, los puntos a tratar desde clase serán un apoyo para consolidar el aprendizaje que han adquirido desde su mesa de estudio.

Con la ayuda y colaboración del docente, este modelo funcionará como un gestor del aprendizaje, el cual permitirá en cierto modo, adaptarse adecuadamente a un proceso de enseñanza-aprendizaje más individualizado y personal. El alumno, determinará si ha adquirido correctamente el contenido teórico de la plataforma virtual, a través de su propia autoevaluación en el desarrollo de las tareas a realizar en clase, así como de la evaluación del profesor, el cual tendrá en consideración aquellos puntos donde el alumno carece de recursos teóricos.

Con los resultados adquiridos, el profesor deberá adaptar los materiales y los ritmos de aprendizaje al conjunto de la clase. Esta es una de las principales características de la metodología Flipped Classroom, debido a que, como ya se ha explicado previamente, proporciona a los alumnos una retroalimentación inmediata, habilitando de este modo un plan de acción correctiva en la mayor brevedad posible antes de que el resto del aula se distancie o avance sin entender alguno de los puntos a tratar.

Como ventajas y puntos a favor de la FC resaltarían principalmente, el ahorro de recursos y tiempo. Además, el alumno y los estudiantes de futuros cursos podrán utilizar



el material tantas veces como quieran sin necesidad de adquirir nuevos libros. El buen ambiente en el aula y en la realización de tareas es considerablemente positivo debido al incremento de la motivación del alumnado y el aumento del grado de interacción entre todos los componentes de la clase. Las clases se adaptan al ritmo y a las necesidades del estudiante ya que con esta metodología se realiza un “feedback” inmediato de los contenidos y del proceso de aprendizaje, sin necesidad de esperar al examen final. De esta manera se puede adaptar el proceso de aprendizaje a los alumnos, y acercarles los contenidos de una manera sencilla y simple y por tanto, al no estar limitados, como ocurre en numerosas ocasiones, despierta un mayor interés en el alumno sobre el contenido que se está tratando. Beneficia a los alumnos que por enfermedades largas u obligaciones laborales se ausentan a varias clases o durante una temporada, ya que pueden acceder a los materiales tantas veces como necesiten y avanzar al ritmo de la clase sin problema.

Por el contrario, se distinguen como desventajas la brecha digital que puede existir en los centros educativos, en las propias casas de los estudiantes o en la formación del profesorado que deberá tener buen dominio de las TIC, o por el contrario tendrá un impedimento para desarrollar esta metodología. El uso excesivo de medios audiovisuales siendo el único medio a utilizar puede provocar el distanciamiento entre el docente y el alumnado. La carga de trabajo del docente también se incrementa al tener que preparar materiales, documentos y dinámicas de manera más detallada (Pineda, 2016).

### **3. ESTUDIO EMPÍRICO**

#### **3.1. MARCO CURRICULAR**

La propuesta de innovación en cuestión y las metodologías para el desarrollo del estudio empírico han sido elaborados teniendo en cuenta los principios abordados en la *Orden ECD/494/2016, de 26 de mayo, por la que se aprueba el currículo del Bachillerato y se autoriza su aplicación en los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Aragón*. La lección desarrollada para la investigación se ha preparado teniendo en cuenta las indicaciones del libro de texto de los estudiantes (Romera & Palacios, 2017), por lo tanto, integran los contenidos curriculares enmarcados en la legislación reciente para aprender Economía de la Empresa, e implementan algunas de las competencias clave básicas para el aprendizaje permanente.

Además, en las sesiones diseñadas para tratar el contenido de *La función comercial de la empresa* se trabajarían las siguientes competencias establecidas en el currículo aragonés (LOMCE: *Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa*):

1. **Competencia en comunicación lingüística:** a través de actividades en las que los alumnos hagan uso de vocabulario específico y pertinente en relación con el contenido a desarrollar para comunicarse de manera oral y escrita, como por ejemplo, entrevistando a un compañero o haciendo un cuestionario entre ellos.
2. **Competencia digital:** la cual contribuye como medio para hacer que los estudiantes utilicen recursos digitales como Internet, plataforma digital u otros enlaces de interés en su proceso de presentación del contenido.
3. **Competencia de aprender a aprender:** se lleva a cabo proporcionando a los alumnos algunas técnicas y estrategias para desarrollar su propio proceso de aprendizaje de manera exitosa mediante el uso de gráficos o mapas mentales como un medio para organizar la información.
4. **Competencia en sentido de iniciativa y espíritu emprendedor:** que se desarrolla a través de actividades en las que los estudiantes necesitan usar sus propios recursos lingüísticos para expresarse de manera libre y creativa, y para conectar y comparar los conocimientos previos con los nuevos.
5. **Competencia social y cívica:** se desarrolla de manera que los estudiantes participan en el trabajo cooperativo de clase con actividades que necesiten de llegar a un acuerdo, realizar un proyecto común o tratar un tema en concreto.
6. **Competencia matemática:** se llevará a cabo mediante el desarrollo de la lógica y la resolución de problemas de la actualidad económica que concierne al contenido en cuestión.

Por consiguiente, los contenidos a desarrollar en las 5 sesiones propuestas para este tema, se llevarían a cabo teniendo en consideración la siguiente planificación:

CONTENIDOS	SESIÓN	TEMPORALIZACIÓN
Concepto y clases de mercado	1	25´
Técnicas de investigación de mercados	1	25´
Análisis del consumidor y segmentación de mercados	2	25´
Variables del marketing mix y elaboración de estrategias	3	75´
Estrategias de marketing y ética empresarial	4	50´
Aplicaciones de las nuevas tecnologías de la información y Comunicación al marketing	5	50´
TOTAL SESIONES Y TEMPORALIZACIÓN PARA LA UNIDAD	5	250´

Tabla 1. Planificación unidad didáctica 8.

Como se puede observar en la tabla, en la primera sesión se trabajarán los contenidos de “Concepto y clases de mercado” como introducción de la unidad didáctica, y “Técnicas de investigación de mercados” para adentrarse en la materia. Al igual que la sesión 2, tratando “análisis del consumidor y segmentación de mercados”, estos tres contenidos se desarrollarán mediante la metodología tradicional. En cambio las “variables del marketing mix y elaboración de estrategias” se llevan a cabo mediante la FC. Este ensayo solo tiene en cuenta las tres primeras sesiones, de las que constan como objeto de estudio.

### 3.2. ORIENTACIONES DIDÁCTICAS

De acuerdo con el apartado de orientaciones didácticas del currículo aragonés de bachiller de la LOMCE (*Orden del 26 de mayo de 2016*), la metodología a seguir en las sesiones de clases centrará en la dinámica del aprender haciendo, es decir, la puesta en práctica y de producción de los contenidos teóricos con los que los alumnos se han familiarizado previamente en su casa.

Hoy en día, la materia de Economía de la Empresa tiene como objeto acercar e involucrar al alumno dentro del mundo empresarial. Los contenidos básicos a desarrollar en este campo deben servir como un soporte para que los propios alumnos puedan unirse a procedimientos más prácticos y productivos en relación con problemas empresariales. Como por ejemplo, en las diferentes tareas que se proponen en la unidad de *La función comercial en la empresa* tratan de casos reales donde deben interpretar la variable o variables principales del marketing mix en cada video y justificarla. De este modo, quedaría reflejado cómo los propios alumnos están desarrollando una actitud más crítica y autónoma de decisión, y aprendiendo a ser ciudadanos más responsables y sensatos con el entorno que les rodea.

Dada la naturaleza práctica de la materia, la enseñanza por competencias permitirá que el alumno mantenga la motivación por seguir aprendiendo de manera activa, autónoma y en numerosas ocasiones de manera cooperativa, siendo a su vez, él/ella mismo/a el/la responsable de su propio aprendizaje. Todo lo anterior, se conseguirá mediante el desarrollo de metodologías activas y contextualizadas, que permitan al alumno a ponerse en contexto de una posible situación real, y llevar a la práctica lo aprendido con anterioridad. Así mismo, los alumnos realizarán proyectos de investigación referentes al entorno empresarial global, nacional y local, que posteriormente deberán presentar a sus compañeros para favorecer la comunicación y el lenguaje oral y escrito. Por ejemplo, la actividad de los anuncios que más adelante se presenta.

En lo que concierne a la elaboración de dichos proyectos, los alumnos recurrirán a diversas fuentes de información, textos, internet, prensa diaria como recurso didáctico, así como otras publicaciones asequibles a este nivel; estimulando así el hábito de la lectura e investigación. A su vez, la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y de las redes sociales en el desarrollo de las distintas tareas propuestas, permitirá la consecución de conocimientos, habilidades y actitudes relacionadas con el entorno digital. Finalmente, las visitas a empresas cercanas o las charlas de expertos sobre aspectos relacionados con los contenidos de la materia, favorecerán la motivación por aprender de los alumnos.

Las sesiones a plantear también hacen referencia a algunos de los objetivos de la etapa de Bachillerato reflejados en el Currículo Aragonés de LOMCE (*Orden del 26 de mayo de 2016*). Por tanto, los alumnos al final de cada sesión deberían de ser capaces de:

- Consolidar una madurez personal y social que les permita actuar de forma responsable y autónoma y desarrollar su espíritu crítico. Prever y resolver pacíficamente los conflictos personales, familiares y sociales.
- Afianzar hábitos de lectura, estudio y disciplina, como en condiciones necesarias para el eficaz aprovechamiento del aprendizaje, y como medio de desarrollo personal.
- Utilizar con solvencia y responsabilidad las tecnologías de la información y la comunicación.
- Acceder a los conocimientos científicos y tecnológicos fundamentales y dominar las habilidades básicas propias de cada materia.

### 3.3. PARTICIPANTES Y CONTEXTO

Los estudiantes objeto de estudio pertenecen al I.E.S. Pedro de Luna, un centro público ubicado en el casco histórico de Zaragoza en el barrio de la Magdalena. Se trata de un distrito de estatus y renta medio-baja al igual que lo es el nivel socioeconómico de la mayoría de los alumnos de otros distritos que también van a este centro.

Dada la situación de mí paso por el centro y tratándose de una cantidad de alumnos bastante reducida en general debido al horario vespertino, la comparación de las dos metodologías, se ha llevado a cabo en el curso de Segundo de Bachillerato al haber mayor número de alumnos y así poder obtener conclusiones más relevantes.

La asignatura de Economía de la Empresa que se imparte en Segundo de Bachillerato en horario de tarde consta de 15 alumnos. El grupo se caracteriza por ser bastante heterogéneo principalmente por las diferencias entre edades y por las carreras laborales o educativas que cada uno ha seguido hasta cursar el Bachillerato. En general, es un grupo atípico ya que congrega alumnos de muy diferentes edades y culturas, podemos encontrar que el grueso del grupo lo componen alumnos entre los 32 y los 48 años, algunos que trabajan en horario matinal y unos pocos acaban de terminar la E.S.O. Se trata de una clase en la que el alumnado es mucho más maduro que en cualquier otra de cualquier otro centro de Segundo de Bachillerato. La mayoría de los alumnos llevan un buen nivel en la asignatura de Economía de la Empresa sobre todo en los contenidos más relacionados con la vida cotidiana como puede ser el tema de los recursos humanos, pero les cuesta mucho estar concentrados y motivados durante los cincuenta minutos de clase. La mayoría, antes de cursar el bachillerato ha realizado una pausa en su formación académica y a diferencia de lo que ocurre en Primero de Bachillerato sus motivaciones por superar el curso parecen estancadas. En este sentido, para poder atender las necesidades del grupo se ha aplicado la metodología de la FP con la intención de mantener la atención y la integración del alumnado en las clases.

### 3.4.MATERIALES

Los materiales y las herramientas utilizadas para llevar a cabo la propuesta metodológica del presente estudio son:

- Como libro de texto utilizan los apuntes de *Economía de la Empresa. 2º de Bachillerato* de Romera y Palacios (2017) de Segundo de Bachillerato para

llevar a cabo la instrucción de todas las clases de ambas metodologías. Son unos apuntes bastante completos ya que respecto a las últimas versiones, ésta última se ha mejorado añadiendo algunos contenidos que citaba el currículo y no aparecían, ordenando los bloques según la EvAU y eliminando algunos contenidos como son el TIR, la Calidad y la descripción de la economía aragonesa, ya que la EvAU se rige por normativa nacional y no por el currículo aragonés (Romera y Palacios, 2017).

- Proyector en el aula para poder visionar materiales electrónicos.
- Acceso a internet a través de ordenadores o tabletas, en caso de que algún alumno no posea herramientas de este tipo, puede utilizar los existentes en la biblioteca del centro escolar o en otras públicas de Zaragoza.
- Herramientas de evaluación como una check list para evaluar si los objetivos de las lecciones se han logrado.
- Una encuesta de opinión final para evaluar la efectividad de las sesiones y las actitudes de los estudiantes.

### **3.5. METODOLOGÍAS DOCENTES APLICADAS**

En este apartado se plantean las dos metodologías utilizadas durante las clases. Ambas tratan contenidos del bloque de *La función comercial de la empresa*. En la sesión impartida a través del modelo tradicional se tratan los contenidos de *Técnicas de investigación de mercados*, *Análisis del consumidor* y *Segmentación de mercados*; y en la clase impartida mediante la FC, se trabajan los contenidos de *Las variables del marketing-mix* y *Elaboración de estrategias*.

La impartición a través del P-P-P se lleva a cabo con una asistencia del 100% del alumnado. La profesora, como en el resto de clases hasta el momento, a través de lectura y apoyándose en cada idea del libro, explica los puntos 7.2 y 7.3 del manual de Israel Romera y realiza junto con los alumnos los ejercicios 1 y 2. Durante la sesión y media utilizada para transmitir estos conocimientos, se ha utilizado un 65% del tiempo invertido en la fase de Preparación, un 20% en la fase de Práctica enfocado a los ejercicios del cuaderno realizados en común en el aula, y un 15% aproximado del tiempo se ha empleado en la fase de Producción con el ejercicio 3 que cada alumno ha intentado solucionar de forma individual.

En el caso de la FC, también hubo un 100% de asistencia y se llevó a cabo durante sesión y media, aunque la primera mitad se utilizó para explicar a los alumnos como se iba a desarrollar la siguiente sesión creando 4 grupos de 4 personas cada uno, para llevar a cabo las fases de Práctica y Producción en común. Para poder acceder a los materiales se recopilaban todos los correos electrónicos de los alumnos y se les envió un código con el que acceder a la plataforma (Edmodo, ver anexo 2). Aprovechando que los jueves no tenían clase, el miércoles debían acceder a la nube y “Prepararse” los contenidos a través de los materiales que allí encontraban: un documento escrito redactado por el profesor y a modo resumen e introducción en el Marketing Mix, y varios videos extraídos de Youtube. El jueves fuera de horario, y llevando a cabo las fases de Práctica y Producción, quedarían en grupos para realizar los deberes que consistían en buscar cuatro tipos de anuncios en formato video en los que se mostraran claramente las diferentes P’s<sup>1</sup> y que el viernes en clase, explicarían al resto de compañeros y contrastarían entre todos.

#### **4. RESULTADOS**

A continuación, se exponen los resultados obtenidos del estudio empírico en cuestión. Principalmente, los alumnos realizaron numerosas intervenciones, algunas de ellas dieron lugar a debates en los que se consiguieron sacar otras variables de las que los grupos habían propuesto. De esta manera el profesor fue capaz de averiguar el nivel y la comprensión del alumno. No obstante, en el último tramo de la clase se realizó un Kahoot (ver anexo 1) con el objetivo de realizar una evaluación formativa y conocer la comprensión de los contenidos por parte de la clase. Para analizar la efectividad de ambas metodologías dentro del aula, se diseñó una check-list (ver anexo 4) para que el profesor la cumplimentase al final de cada una de las sesiones, una encuesta de opinión a rellenar por parte del alumnado (ver anexo 3). Para acabar se muestra la opinión de la tutora del grupo sobre el comportamiento de los alumnos al aplicar esta nueva metodología.

---

<sup>1</sup> Este concepto fue desarrollado en 1950 por Neil Borden, que propuso 12 elementos que formaban parte de las responsabilidades de un Director de Marketing (Chief Marketing Officer en inglés). Un poco más tarde, en 1960 el profesor Jerome McCarthy simplificó esa lista original a cuatro elementos fundamentales, conocidos como las «Cuatro P’s». Estas 4 P’s son: Product, Price, Promotion, Place-Distribution. Es decir, Producto, Precio, Punto de venta (distribución) y Promoción. Fuente: <https://fp.uoc.fje.edu/blog/que-es-el-marketing-mix-que-son-las-4ps-definicion-y-ejemplos/>

## 4.1 CHECK LIST

Para analizar la efectividad de ambas metodologías dentro del aula, se diseñó una check-list para que el profesor la cumplimentase al final de cada una de las sesiones (ver anexos). Las preguntas para estudiar la efectividad son las siguientes:

### **¿Estaban los alumnos motivados y activamente involucrados en las tareas?**

En términos generales, en el caso de la primera sesión llevada a cabo con la metodología tradicional en la fase de Presentación, una gran cantidad de estudiantes estaban distraídos, incluso a veces utilizando el teléfono móvil, y nada interesados en trabajar. La profesora llamó la atención varias veces a alguno de los alumnos y estos no realizaron ningún hecho significativo como respuesta para prestar algo de atención.

Sin embargo, en el caso de la metodología FC, como la fase de presentación se oprime en el horario lectivo y es llevada a cabo en la propia casa del alumnado, el profesor no tiene referencia de la respuesta que tuvo, pero como contrapartida y para asegurarse de que han realizado las tareas en casa, y han visualizado los vídeos en la plataforma, al comienzo de la sesión de la FC, los alumnos realizaron un cuestionario de elección múltiple a través de la plataforma Edmodo. De este modo, se entendería que aquellos alumnos que superen el cuestionario han realizado la tarea de mirar el contenido en casa, y los que no superen el cuestionario es debido a dos variables: que no hayan realizado la tarea para casa o que no han adquirido los contenidos favorablemente. Una vez en clase, se llevaron a cabo ejercicios cooperativos que fomentaban el aprendizaje y la comunicación del aula, entre el apoyo que puede recibir un alumno de otro mientras se realizan las actividades y el soporte del profesor, además de ser temas bastante actuales y cercanos, tuvieron una buena respuesta. Como resultado creo que al omitir esta fase del tratamiento del contenido y el uso de la totalidad del tiempo de la sesión para la realización de actividades ayuda a afianzar un mejor clima dentro del aula. Los alumnos tienen mayor predisposición a ayudarse entre ellos, ya que el temario lo conocen antes de llegar a clase y cada uno lo ha adquirido desde su propia perspectiva.



### **¿Eran las instrucciones claras de manera que los alumnos pudieron hacer las actividades sin apenas ayuda?**

Una vez en la Fase de Práctica de la metodología tradicional, aquellos estudiantes que estaban distraídos en la fase de Presentación no fueron capaces de realizar la totalidad de los ejercicios por ellos mismos y tuvieron que pedir ayuda. De hecho, se utilizó gran cantidad de tiempo de la sesión para realizar los ejercicios del libro porque algunos de estos se llevaron a cabo en conjunto para asegurar que todo el mundo sabía lo que tenía que hacer. El resto de actividades se hicieron de forma individual y se corrigieron al terminar.

En el caso de la otra metodología (FC), al principio tuve dificultades para explicar las instrucciones del uso de la plataforma y esta nueva forma de trabajo que para todos los alumnos resultaba desconocida hasta entonces. Todos los alumnos pudieron acceder a los materiales y se vio reflejado en la exposición y puesta en común de trabajos.

### **¿Fueron las tareas y actividades apropiadas para el nivel de los estudiantes?**

En el modelo tradicional las actividades eran apropiadas ya que se trataba de los ejercicios que salen en el libro los cuales están diseñados por especialistas de la editorial.

Las actividades la FC fueron adaptadas al nivel de la clase, se trataba de temas más concretos y de actualidad que todos los alumnos estaban al corriente y que además, fomenta y motiva al estudiante a participar más.

### **¿Se gestionó bien el tiempo de la sesión?**

En cuanto a la variable del tiempo es difícil compararla. En la clase de la metodología más tradicional todos los contenidos se explicaron en clase y se realizaron varios ejercicios, quizá algo deprisa por las dudas que bastantes alumnos presentaban, y como consecuencia, la fase de producción no se llevó a cabo dentro de la misma sesión por falta de tiempo.

En el caso de la FC, se llevó a cabo según lo planeado. Además, se debe resaltar que las actividades propuestas en este tipo de metodología son más adaptables al tiempo, pues los debates y actividades conjuntas siempre son más flexibles al tiempo que los ejercicios del libro. Además, como ya se ha comentado, al eliminar la primera

fase se dispone de un mayor tiempo para la ejecución de actividades de práctica y producción.

### **¿El docente creó oportunidades para la interacción del alumnado?**

En el caso de las FC, al tratarse la mayor parte de su desarrollo en forma de debate las interacciones de todos los estudiantes se multiplicaban con respecto a la otra metodología impartida, en la que se crearon más oportunidades ya que mientras se explicaba el temario, las interrupciones que realizaban los alumnos fueron escasas. Además, al realizar los ejercicios del libro de manera individual en la Fase de Práctica y Producción, se minimiza la interacción del alumno.

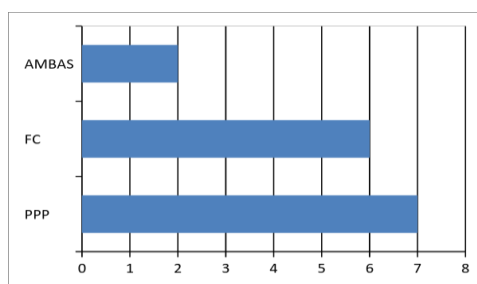
### **¿Utilizaron el contenido aprendido de una manera correcta?**

En el caso de las FC, se pudo observar durante el desarrollo del debate como la gran mayoría del alumnado había podido acceder al material y había comprendido del contenido que tenían que visualizar y trabajar desde casa, ya que sus argumentos lo demostraban. En comparación con el modelo tradicional, hubo bastante variedad, una pequeña minoría de los alumnos realizaron los ejercicios cómodamente pero la gran mayoría presentaba dudas y el profesor tenía que ir resolviendo esas dudas que en ocasiones eran muy concretas y en otras, más generales.

## **4.2 ENCUESTA DE OPINIÓN**

En este apartado se analizan y estudian las respuestas a la encuesta realizada a los 15 alumnos que componen la clase de Economía de la Empresa con el objetivo de determinar el grado de efectividad de la nueva metodología y poder extraer los posibles efectos positivos y negativos de ambas metodologías. Cada pregunta de la encuesta se analiza de manera cuantitativa y cualitativa, de modo que, los resultados sobre el número de alumnos que responden a las preguntas son representados en gráficos y las razones de sus elecciones son comentadas a continuación (ver anexo 3).

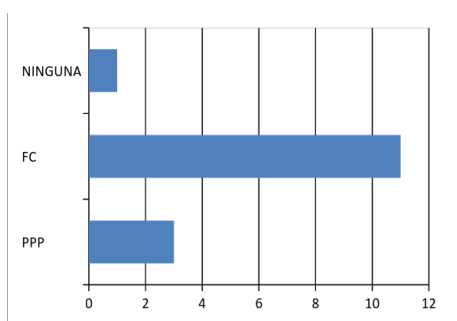
### Cuestión nº 1. ¿Qué tipo de clase entendiste con mayor facilidad? ¿Por qué?



Gráfica 1. Facilidad entre metodologías.

El gráfico 1 muestra que siete de los alumnos entendieron con mayor facilidad el contenido de la sesión que fue impartida mediante la metodología tradicional y que hasta el momento siempre habían llevado a cabo. Por otro lado, otros seis estudiantes lo entendieron mejor en la sesión impartida a través de la FC, y por último, la indiferencia de los dos últimos alumnos puede reflejar que no se ven influenciados por ninguna de las dos metodologías. Es probable que a los alumnos les resulte más cómodo que les expliquen la lección, como ocurre en la tradicional, ya que al no estar familiarizados con la FC les dificulta discriminar los contenidos relevantes a tratar.

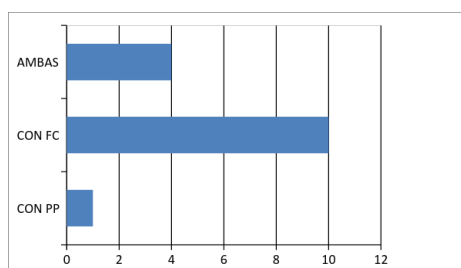
### Cuestión nº 2. ¿Cuál de ambas sesiones te pareció más divertida? ¿Por qué?



Gráfica 2. Diversión entre metodologías.

Algo totalmente contrario se da en cuanto a la distracción o diversión del alumnado se refiere durante la sesión. Como se puede apreciar en esta gráfica, la mayoría de los alumnos reflejan su interés en esta variable por la metodología FC. Les pareció más divertida que la instrucción a la que están acostumbrados porque fueron los protagonistas durante toda la sesión y participes en todos los debates.

### **Cuestión nº 3. ¿Cómo prefieres que se impartan los contenidos? ¿Por qué?**



Gráfica 3. Preferencia entre metodologías.

De nuevo la gran mayoría de los alumnos se decantan por la novedosa metodología que hasta el momento no conocían, en total el 66% preferiría el uso de la FC para continuar con el curso. Solo un alumno continuaría con la metodología P-P-P y cuatro de ellos mostraron indiferencia. La actitud de los alumnos fue totalmente inversa entre las dos sesiones, la dinámica de utilizar internet y temas de la actualidad, el que la clase fuese 100% participativa y que se desarrollaran tareas en clase dejan clara la preferencia por trabajar con la metodología FC.

#### **4.3 ENTREVISTA AL TUTOR**

Para conocer el punto de vista del tutor sobre la metodología realizada y la actitud de los alumnos, a continuación se muestra la transcripción sobre los puntos más importantes de una entrevista llevada a cabo de forma telefónica el tutor y profesor al mando de la asignatura de Economía de la Empresa.

##### **¿Has notado mayor atención y motivación por parte del alumnado con la nueva metodología?**

“Les vi más motivados y más activamente involucrados a la hora de realizar las tareas de clase. Además me encantó la idea de ese método inductivo, en el que ellos mismos eran los que tenían que descubrir el contenido y ponerlo en práctica en clase. Pero también diría que algunos se sentían un poco perdidos y no se adaptaban a la idea de tener que mirarse en casa el contenido. Yo creo que eso se debía a que estaban acostumbrados a que yo les explicara la teoría detalladamente, en vez de que fueran ellos los propios investigadores del contenido”.

##### **¿Crees que han comprendido los contenidos mejor con esta metodología?**

“Dependería del tipo de alumnado. Hay una gran variedad de inteligencias y maneras de aprender por parte del alumnado y no todos aprenden de la misma

forma. Diría que las personas que vi más involucradas y que más adquirieron los contenidos era el alumnado adulto, el cual creo que es el que más horas dedica en casa a trabajar los aspectos tratados en clase. En cuanto a los adolescentes, muchos no hicieron la tarea de mirarse el contenido en casa y otros se lo miraron “por encima”, porque requería estar un tiempo determinado tratando la tarea. Por tanto, cuando llegaron a clase para realizar los ejercicios de práctica y producción el alumnado adulto no presentó problema alguno, al contrario que los adolescentes”.

**¿Por qué crees que no es muy común en los centros esta metodología? ¿Crees que se debería formar/actualizar al profesorado?**

“A la primera pregunta respondería que el currículo tan denso que tenemos que abarcar los profesores de hoy en día nos limita considerablemente a introducir este tipo de metodologías novedosas y activas, por falta de tiempo. Pero también opino que no es imposible, y que se pueden introducir de manera esporádica y progresiva hasta que algún día lleguen a formar parte de la dinámica de la clase actual”.

“Por supuesto que creo que se debería de formar / actualizar al profesorado ya que con el paso de los años las metodologías y los métodos de enseñanza van cambiando, por lo tanto nosotros también debemos adaptarnos a esos cambios e introducirlos dentro del aula”.

Esta entrevista en relación con la FC, también sirve para conocer desde dentro y desde otra perspectiva de un profesional con varios años de experiencia, los efectos positivos y negativos en la motivación del alumnado al trabajar con esta metodología: como punto fuerte, destacaría principalmente la motivación. Como consecuencia de ello, se encuentra un alumno más activo e involucrado en su propio proceso de aprendizaje. Sin embargo, dependiendo de la edad del alumno, esa efectividad varía. En el caso de los adolescentes puede resultar muy motivador si realizan las tareas mandadas para casa y aplican lo aprendido en dinámicas más activas y fuera de lo común de la clase, pero en la mayoría de los casos esa motivación no se reflejó en este tipo de alumnado, ya que no realizaron su tarea. También, la mayoría de alumnos adolescentes con el paso del tiempo han adquirido un rol muy pasivo, y siempre esperan que sea el profesor quién les explique el contenido y luego aplicarlo a la práctica en casa. En cambio, fue una metodología totalmente positiva para los adultos de la clase,

ya que son personas completamente involucradas en su proceso de aprendizaje y por lo tanto, sacaron el máximo partido a la nueva metodología.

También, se reflejaron dos contrapartidas: por un lado, se aprovechó totalmente la hora de clase en la realización de actividades de práctica y producción, lo que permitió abordar más contenido del planificado pero sin embargo, a largo plazo, puede ser un método que reste mucho tiempo de clase teniendo que explicar aquellas dudas que el alumno no haya entendido de sus tareas de casa. Para poder llevar una máxima optimización en este tipo de metodologías e introducirlas progresivamente dentro del aula, los profesores deben formarse y aprender a utilizarlas en el día a día docente ya que pueden ser metodologías que pueden influir muy positivamente en el proceso de enseñanza- aprendizaje.

## **5. CONCLUSIONES**

Este ensayo ha tenido como objetivo analizar el efecto que dos modelos de enseñanza han tenido sobre el proceso de aprendizaje de los alumnos en la materia de Economía de la empresa. Estas metodologías tienen que ver con la instrucción tradicional que hoy en día encontramos en el aula, la cual consiste en seguir los pasos determinados por un libro de texto con un modelo de Presentación, Práctica y Producción; y una propuesta de mejora e innovadora que tiene que ver con la reconocida “Flipped Classroom”.

Para llevar a cabo este estudio empírico, se han utilizado algunas sesiones implementadas en la última etapa del Practicum. En cada una de las sesiones se ha llevado a cabo dos tipos de metodologías distintas con la finalidad de evaluar la efectividad de la metodología tradicional, y por otro lado, se han encontrado argumentos a favor de la FC como medio para promover la enseñanza de una manera diferente y más motivadora. El procedimiento de evaluación de ambas metodologías ha sido mediante la autoevaluación del profesor (con una check-list) y, una encuesta de opinión final a rellenar por el alumnado y poder evaluar de este modo sus propias opiniones, así como saber cuál de las dos metodologías ha funcionado mejor durante el proceso.

Los resultados proporcionados por el estudio han permitido evaluar las dos metodologías en cuestión. Aquellos puntos fuertes encontrados en la propuesta de mejora estarían relacionados con el hecho de que la FC motiva a los estudiantes para aprender la materia, ya que es algo que realizan fuera de su rutina habitual y fomentan

su autonomía y crecimiento personal. Además, ellos mismos prefieren actividades preparadas por el profesor que aquellas estipuladas en el libro de texto, porque las encuentran más dinámicas y divertidas. De hecho, los profesores podemos asegurarnos de que los estudiantes están trabajando con el mismo propósito y el trabajo en grupo también puede servir para el alumno individual como un complemento a todo el entendimiento de la tarea. Es cierto que los alumnos pueden entender mejor el contenido con la otra propuesta ya que les resulta más fácil encontrar los contenidos importantes al estar toda la información más sintetizada, con la FC a menudo hay mucha más información y puede resultar más complicado encontrar los contenidos importantes. Sin embargo, esta problemática se convierte beneficiosa para el estudiante al desarrollar nuevas capacidades y competencias, como el trabajo autónomo y emprendedor mediante la resolución de tareas planteadas, la búsqueda de fuentes de información fiables así como de la síntesis de dicha información y la posible aplicación en la vida real. Cada alumno es totalmente distinto de sus compañeros, y los profesores deben atenderlos en términos iguales. Por ello, que los alumnos lleguen a clase habiéndose familiarizado con los contenidos teóricos permite centrarse o dedicar tiempo a los alumnos que tienen más dificultades. Aunque los alumnos disfruten trabajando en grupo, siempre encontramos alguno que puede dejar todo el peso de la tarea a sus compañeros. Para solucionar este tipo de acción, a cada alumno se le proporcionó un rol dentro del grupo para mantenerlos concentrados en el desarrollo de la tarea. Por ejemplo, un secretario capaz de escribir las ideas proporcionadas por el resto de los componentes del grupo; o un representante responsable de comunicar al resto de la clase los resultados obtenidos.

Otro inconveniente que se ha encontrado es el relacionado con el currículo tan demandante que tenemos hoy en día, ya que no permite al profesor desarrollar este tipo de metodologías dentro del aula porque llevan mucho tiempo de preparación y quita otro tiempo para explicar el contenido de la manera tradicional. Por esta razón es un reto para los profesores llevar a cabo una metodología basada en las nuevas tecnologías y más cooperativa, en una clase compuesta por un número elevado de alumnos, aunque no imposible. Consecuentemente, una idea para poder desarrollar los objetivos de la enseñanza de la materia se realizaría mediante la alternación y fusión progresiva de las dos metodologías, por lo que los alumnos estarán expuestos a diversas formas de

aprendizaje y trabajo, y puede que no se sientan atrapados en las monótonas y rutinarias dinámicas de hoy en día.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

1. Bates, A. (1985) *Broadcasting in Education: An Evaluation*. London: Constables.
2. Bergmann, J. Sams, A (2012) *Flip Your Classroom. Reach Every Student in Every Class Every Day*. Recuperado el 14 de Mayo de 2019, de <http://i-lib.imu.edu.my/NewPortal/images/NewPortal/CompE-Books/Flip-Your-Classroom.pdf>
3. Bligh, D. (2000) *What's the Use of Lectures?* San Francisco: Jossey-Bass
4. Criado, R. (2013) A critical review of the presentation practice-production model (PPP) in foreign language teaching. Recuperado el 3 de Abril de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4154102>
5. Dale, E. (1969). "Audiovisual Methods in Teaching". Third edition. New York: the Dryden press Holt, Rinehart and Winston.
6. Dr. A. W. (Tony) Bates "Teaching in a Digital Age", A. W. T. O. N. Y. (s.f.). 3.3 Clases magistrales: aprender escuchando – Enseñar en la Era Digital. Recuperado 14 mayo, 2019, de <https://cead.pressbooks.com/chapter/3-3-clases-magistrales-aprender-escuchando/>
7. IIEMD Marketing Digital. (2017) *Que es Marketing Mix*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=bHyvFjePD8>
8. Mendez, M. (2015). "La taxonomía de Bloom, una herramienta imprescindible para enseñar y aprender" Recuperado 25 de Mayo de: <http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/cprofestenerifesur/2015/12/03/la-taxonomia-de-bloom-una-herramienta-imprescindible-para-ensenar-y-aprender/>
9. Tourón et. al. (2014). *The Flipped Classroom: Como convertir la escuela en un espacio de aprendizaje*. Digital Text; Edición: 1.
10. Pineda H., I. (2016). "Clase invertida (flipped classroom) ventajas y desventajas". Recuperado el 14 de Mayo de 2019 de: <https://medium.com/@ilvinpatricia/clase-invertida-flipped-classroom-ventajas-y-desventajas-566e7bfbb1d6>
11. Romera I., & Palacios C., (2017). *Economía de la Empresa. 2º de Bachillerato*, Zaragoza, España, Copy Center Digital.
12. UOC. (2017). *¿Qué es el Marketing Mix qué son las 4P's? Definición y ejemplos*. Recuperado el 19 de Mayo de 2019 de: <https://fp.uoc.fje.edu/blog/que-es-el-marketing-mix-que-son-las-4ps-definicion-y-ejemplos/v>



## **6.1 LEYES REGULADORAS**

### **Ley estatal**

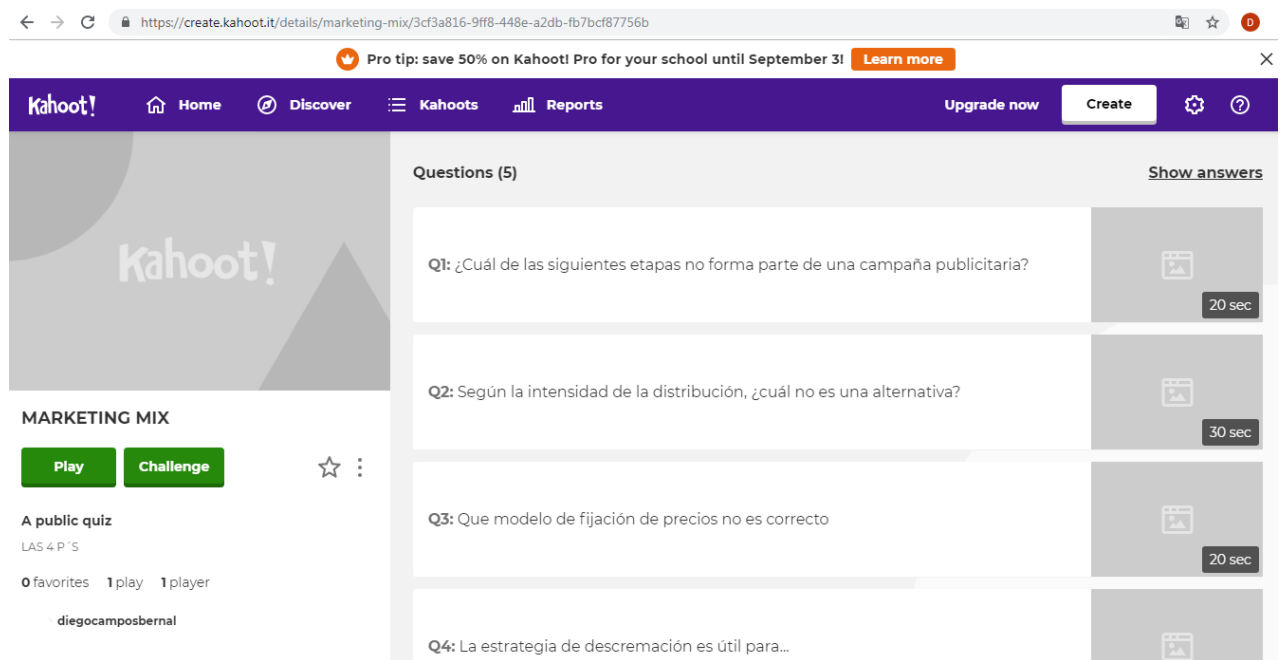
- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.
- Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato.

### **Ley autonómica**

- Orden ECD/494/2016, de 26 de mayo, por la que se aprueba el currículo del Bachillerato y se autoriza su aplicación en los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Aragón.

## 7. ANEXOS

### Anexo 1: Cuestionario Kahoot:



### Anexo 2: Plataforma digital de Edmodo:





## ENCUESTA DE OPINIÓN

**Cuestión nº 1. ¿Qué tipo de clase entendiste con mayor facilidad? ¿Por qué?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Cuestión nº 2. ¿Cuál de ambas sesiones te pareció más divertida? ¿Por qué?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Cuestión nº 3. ¿Cómo prefieres que se impartan los contenidos? ¿Por qué?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**MÁSTER PROFESORADO**  
**ESPECIALIDAD ECONOMÍA DE LA EMPRESA**



**CHECK LIST**

<b>EVALUACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>COMENTARIOS</b>
¿Estaban los alumnos motivados y activamente involucrados en las tareas?	SI / NO	
¿Eran las instrucciones claras de manera que los alumnos pudieron hacer las actividades sin apenas ayuda?	SI / NO	
¿Fueron las tareas y actividades apropiadas para el nivel de los estudiantes?	SI / NO	
¿Se gestionó bien el tiempo de la sesión?	SI / NO	
¿El docente creó oportunidades para la interacción del alumnado?	SI / NO	
¿Utilizaron el contenido aprendido de una manera correcta?	SI / NO	

## Anexo 5: Taxonomía de Bloom:

Procesos cognitivos de orden inferior				Procesos cognitivos de orden superior			
RECORDAR	COMPRENDER	APLICAR	ANALIZAR	EVALUAR	CREAR		
Recordar hechos/datos sin necesidad de entender. Se muestra material aprendido previamente mediante el recuerdo de términos, conceptos básicos y respuestas.	Mostrar entendimiento a la hora de encontrar información del texto. Se demuestra comprensión básica de hechos e ideas.	Usar en una nueva situación. Resolver problemas mediante la aplicación de conocimiento, hechos o técnicas previamente adquiridas en una manera diferente.	Examinar en detalle. Examinar y descomponer la información en partes, identificando los motivos o causas; realizar inferencias y encontrar evidencias que apoyen las generalizaciones.	Justificar. Presentar y defender opiniones realizando juicios sobre la información, la validez de ideas o la calidad de un trabajo basándose en una serie de criterios.	Cambiar o crear algo nuevo. Recopilar información de una manera diferente combinando sus elementos en un nuevo modelo o proponer soluciones alternativas.		
<b>PALABRAS CLAVE:</b>	<b>PALABRAS CLAVE:</b>	<b>PALABRAS CLAVE:</b>	<b>PALABRAS CLAVE:</b>	<b>PALABRAS CLAVE:</b>	<b>PALABRAS CLAVE:</b>		
Elegir Copiar Definir Decir Clasificar leer Quién Reclamar Cómo Por qué	observar omitir rastrear cuando repetir relacionar listar escribir dónde reconocer	mostrar deletrear afirmar duplicar qué nombrar repetir localizar memorizar resumir observar	Actuar Identificar Calcular Entrevistar Enseñar Usar Conectar Planear Simular Hacer uso	emplear seleccionar elegir transferir demostrar dramatizar manipular seleccionar organizar	Examinar Centrarse Razonar Interferencia Comparar Dividir Buscar Simplificar Preguntar Elegir Establecer Encuestar		
<b>ACCIONES</b>	<b>RESULTADO</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>RESULTADO</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>RESULTADO</b>		
Describir Encontrar Identificar Listar Localizar Nombrar Reconocer Recuperar	Definición Hechos Etiquetado Listado Cuestionario Reproducción Test Cuaderno Fotocopia	Clasificar Comparar Ejemplificar Explicar Interferir Interpretar Parafrasear Resumir	Colectión Ejemplos Explicación Etiquetado Listado Esquema Cuestionario Resumen Muestra y cuenta	Desempeñar Ejecutar Implementar Usar Emplear Realizar	Demostración Diario Ilustraciones Entrevista Interpretación Simulación Presentación Dibujo		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>PREGUNTAS</b>		
¿Puedes enumerar...? ¿Puedes recordar...? ¿Puedes seleccionar...? ¿Cómo ocurrió...? ¿Cómo es...? ¿Cómo describir...? ¿Podrías explicar...? ¿Cómo mostrar...? ¿Qué es...? ¿Cuál...? ¿Quién fue...? ¿Quiénes fueron los principales...? ¿Por qué...?	¿Puedes explicar que está ocurriendo...? ¿Cómo clasificar...? ¿Cómo comparar/contrastar...? ¿Cómo podrías parafrasear el significado de...? ¿Puedes decir sobre...? ¿Cómo resumir...? ¿Cuál es la mejor respuesta...? ¿Qué afirmaciones apoyan...? ¿Podrías afirmar o interpretar en tus propias palabras...?	¿Cómo usarías...? ¿Qué ejemplos sobre...puedes encontrar? ¿Cómo organizarías... para presentar...? ¿Cómo aplicarías lo que has aprendido para desarrollar...? ¿Qué enfoque usarías para...? ¿Qué aspectos seleccionarías para mostrar...? ¿Qué preguntas harías en una entrevista a...?	¿Cuáles son las partes o rasgos de...? ¿En qué aspectos está...? ¿Relacionado/a con...? ¿Por qué opinas que...? ¿Qué motivo hay para...? ¿Puedes hacer un listado de las partes...? ¿Qué ideas justifican...? ¿Qué conclusiones extraes de...? ¿Qué evidencias de... encuentras? ¿Puedes distinguir entre...? ¿Cuál es la relación entre...? ¿Cuál es la función de...?	¿Estás de acuerdo con...? ¿Cuál es tu opinión sobre...? ¿Cómo comprobarías...? ¿Sería mejor si...? ¿Por qué ese personaje...? ¿Cómo valorarías...? ¿Cómo determinarías...? ¿Qué información podrías para apoyar tu punto de vista? ¿Cómo justificarías...? ¿Qué datos te llevaron a esa conclusión? ¿Qué seleccionarías para...? ¿Cuál es la elección hubieras tomado si...?	¿Qué cambios harías para...? ¿Cómo mejorarías...? ¿Qué pasaría si...? ¿Podrías proponer una alternativa? ¿Puedes elaborar... basándote en...? ¿De qué forma evaluarías...? ¿Cómo formular una teoría alternativa? ¿Qué harías para maximizar/minimizar...? ¿Cómo podrías a prueba...? ¿Podrías construir un modelo que cambie...? ¿Se te ocurre un modo original para...? ¿Cómo cambiarías el guión/plan? ¿Cómo adaptarías... para...?		

Tabla 2. Taxonomía de Bloom. Fuente: (Mendez, M. (2015))

## Anexo 6: Enlaces videos de contenidos de Youtube:

← → ↻ https://www.youtube.com/watch?v=wRyS4EQ5fZQ

Aplicaciones BBC - Homepage English For Kids - P... Facebook What is Gravity? | 2... EL PATIO DE GEMM... Sp

☰ YouTube ES marketing mix 4p

**PRECIO**

¿cuanto pagaran por el?

Tome en cuenta un margen amplio si piensa hacer promociones con descuentos.

Busque al competidor correcto para comparar el precio.

0:45 / 1:35

marketing mix y las 4 P

19.343 visualizaciones

👍 114 💬 5 ➦ COMPARTIR ➦ GUARDAR ...

- <https://www.youtube.com/watch?v=bHyvFjePD8>
- <https://www.youtube.com/watch?v=6mCapY1j6jY>